注重“四度”，融合时代传统媒体提升传播力的策略

——以江西教育传媒集团策划的新闻爆款为例

曾宪瑛

（江西教育传媒集团，江西 南昌 330038）

摘 要：媒体融合时代，传统媒体如何提高传播力，特别是在从传统媒体向融媒体、全媒体转型过程中，如何跟上时代发展的步伐，这是同行普遍面临的一个重大挑战。江西教育传媒集团以融媒体中心为宣传主力，注重“四度”（高度、热度、新颖度、密度），始终坚持提高政治站位，把履行宣传职能作为生存发展的立足点，把紧扣热点焦点作为选题策划的着眼点，把受众喜闻乐见作为形式创新的关键点，把建立传播矩阵作为提高规模效益的切入点，在短期内推出了“沙画绘党史 童心永向党”“春到赣鄱校园 诗意的美”等一系列爆款新闻，在媒体融合背景下进行了提升传播力的有益探索。

关键词：传统媒体；媒体转型；媒体融合；提升传播力；新闻爆款 **中图分类号：**G214.1 文献标识码：A

文章编号：1671-0134（2021）09-132-03 DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2021.09.042

本文著录格式：曾宪瑛 . 注重“四度”，融合时代传统媒体提升传播力的策略——以江西教育传媒集团策划的新闻爆款为例[J]. 中国传媒科技，2021（09）：132-134.

江西教育传媒集团（以下简称“集团”）是一家大型教育期刊出版单位，也是江西省规模最大、产值最高的期刊出版单位，以《江西教育》《教师博览》《高中生之友》《初中生之友》《小学生之友》《开心》《开心幼儿》《聪明泉》《科普天地》9 种每月 24 本期刊的出版发行为核心业务，中国教育报刊社江西记者站挂靠在集团，同时还拥有学习强国号、中国教育发布和“江教在线”等十余个微信公众号、视频号等新媒体平台，是江西省教育宣传战线最有影响力的媒体平台。截至 2020 年 12 月末，营业收入超 4 亿元，利润总额超 1 亿元。[1]

作为一家传统的期刊社，集团始终居安思危，紧跟媒体融合发展步伐，在狠抓期刊质量、确保社会效益和经济效益的基础上，大力推进媒体深度融合发展创新。集团在全国教育期刊界率先成立了融媒体中心，始终把握正确舆论导向，提高新闻舆论传播力、引导力、影响力、公信力，巩固壮大主流思想舆论作为生命线。

特别是 2021 年以来，集团融媒体中心全体动员、全力投入、全程跟踪，策划了以“沙画绘党史 童心永向党”（专题链接：https://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/fasttheme/279017?channel=weixin）“春到赣鄱校园，诗意的美”（专题链接：https://xhpfmapi.zhongguowangshi.com/vh512/fasttheme/278216?channel=weixin）为代表的一系列爆款新闻，仅上半年 10 万 + 的就有 80 条，100 万 + 的 30 条，产生了良好的、强烈的社会反响，为传统期刊如何提升融媒体时代的传播力进行了有益探索。

1. 注重高度，提高政治站位，始终把履行好宣传职能作为立足点

坚持正确政治方向、舆论导向、价值取向，注重高度，进一步提高政治站位，始终把履行好宣传职能作为生存和发展的立足点，作为做好新时代舆论宣传的立足点，也作为传统媒体在融合时代的生命线。[2]

党史学习教育动员大会 2021 年 2 月 20 日上午在北京召开，拉开了全党党史学习教育的序幕。教育承担着教书育人、立德树人的根本任务。培养什么人、怎样培养人、为谁培养人，这是教育工作者必须回答的根本问题。作为一家传统的教育期刊出版单位，如何更好地履行自己的职责，在党史学习教育中创新形式、提升效果，是我们思考的重要问题。

为此，集团策划的以“沙画绘党史，童心永向党”为主题的全省中小学“同上一堂党史课”活动，于 2021 年 5 月 10 日在南昌拉开了序幕，并陆续在兴国、莲花、永新、弋阳、广昌、修水、德安等 7 地开展。在集团融媒体中心的策划和各部门的共同推动下，该活动受到社会各界和主流媒体的广泛关注，全网点击量近两千万，掀起了全省师生学党史、感党恩的高潮，产生了良好的社会效益。选送参赛的《信仰之路》原创沙画视频第四集《马前托孤为革命》荣获广西、湖南、江西三省区“红色记忆・唱支山歌给党听”网络短视频大赛一等奖。

为了做好该活动的系列宣传，集团融媒体中心进一步提高政治站位，把此项工作作为当前一段时期内的首要工作来抓，做了全面动员，派出了精干力量，每一站

都有专人负责，全程跟踪报道，第一时间采写现场报道，并通过新媒体平台及时推送，按时按质按量完成了集团交给的任务，交上了一份满意的答卷。

为了加大党史学习教育宣传力度，集团融媒体中心进行了一系列的策划，开辟了“学习贯彻党的十九届五中全会精神笔谈”“庆祝中国共产党成立 100 周年”“党史学习教育”“党建与思政”“党建‘三化’建设”“我心向党·中国共产党建党百年感怀征稿选登”等 6 个专题，紧紧围绕当前宣传工作要求，进行了全方位、多角度、立体化的报道。

2. 注重热度，始终把紧扣当前热点焦点作为选题策划的着眼点

新闻的生命在于内容，策划必须始终坚持“内容为王”，紧扣当前热点。在媒体融合时代，新闻传播发生了三个显著变化，阅读方式、传播介质、出版方式都与传统时代截然不同。但是也有“三不变”，除新闻单位的公信力、模范执行相关标准的规范性外，就是“内容为王”。无论传播方式发生怎样的变化，有生命力的内容才是最具有核心竞争力的关键所在。

在媒体融合时代，要真正实现“内容为王”，就必须加大策划的含量。我们不可能让所有的受众都喜爱我们的产品，必须找准属于自己的那一部分目标受众。按照新闻传播学的原理，就是要正确处理好“分众”与“聚众”的关系，要把合适的内容推送给合适的受众，又要尽可能让这部分受众的数量足够大，也就是说，要在“分众”的前提下实现最大限度地“聚众”。按照麦克卢汉的理论，“再部落化”是在部落瓦解、国家出现后，“一种基于新技术并以独特方式聚集在一起的部落群体”，即新媒体带来的兴趣相同、观点一致的人们聚合在一起而形成的网络社群，这是一种虚拟世界的再部落化。现代网络社会，就是一种再部落化。人们对自己身边那些事情和自己生活关联度高的内容往往更加关心，一部分人因为兴趣相同或者观点一致而聚集在一起，对他们感兴趣的内容更关注，能给予更多的点赞、转发和讨论。

此外，还要争取“破圈”。在社会的各个圈层、各个阶层之间，传播自己的思想主张，形成破圈的传播、形成社会共识、找到社会最大公约数。[3]

2021 年春天，春回大地，万物复苏，全国疫情得到较好地控制，老百姓对党和政府满意度、信任度进一步上升，对美好生活向往的热情激情进一步得到释放。如何引导民众的这种情绪，作为江西省教育宣传战线的重要媒体，我们策划了“春到赣鄱校园，诗意的美”专题，将江西省 18 所高校春天美丽的校园，通过图片、视频等直观的形式，展示给受众，受到大家的热烈欢迎和普遍赞誉。赣鄱校园春天诗意的美，通过新华社江西频道、江西教育学习强国号和微信公众号，得到了广泛的传播，大家踊跃点赞、积极转发，阅读量直线上升，最高达 150 万 +。

此次策划成功，有三个关键点：

一是把握住了最佳时机。春回大地，赣鄱校园美不胜收，在疫情缓解后，人们都想出去走一走，看一看，欣赏美丽的大自然。将美丽的校园展示给大家，用一种特殊的方式满足了大家的愿望。

二是坚持了最高标准。在选取的 18 所高校中，经过反复沟通，对推文中的文字、图片、视频反复打磨，有时修改到深夜，力求以最好的形式推送。

三是紧扣了受众关注。一方面，自己朝夕相处的校园，有天然的亲切感，通过文字、图片、视频展示出来，有些还是平时大家没有注意到的，让师生眼前一亮；另一方面，通过鼓励大家通过微信群、朋友圈去分享，通过人际传播，扩大这些推文的影响。各所高校也在暗暗较劲，希望自己的学校被更多人知晓，被更多人点赞，客观上形成了阅读量上的较劲，从而使几乎所有的阅读量都突破 100 万 +。

3. 注重新颖度，始终把受众喜闻乐见，作为形式创新的关键点

一条新闻，能够得到受众的关注、点赞甚至转发，除内容吸引人外，还需要一种受众喜闻乐见的形式。

3.1 标题要吸引人

标题是文章的眼睛，标题是否新颖，是否有吸引力，是否能引导受众去阅读、读完甚至予以转发，这是一个重要问题。比如以“沙画绘党史 童心永向党”为主题的全省中小学“同上一堂党课”活动，先后 8 站，每一站基本形式大致相同，很难写出新意来。为此，我们力求在标题上创新，《红土地与新疆的孩子们同上一堂党史课》《今天，我们这样致敬长征》《践行甘祖昌将军谆谆教诲》《从入党誓词里汲取信仰力量》《为可爱的中国而奋斗》《革命理想高于天》《秋收起义 永放光芒》《传承是最好的纪念 争做一粒好种子》，这些标题，很好地概括了每一站的精彩内容，突出了特色，增强了吸引力，为提高受众关注度起了很好的作用。

3.2 要有现场感

有现场感，才能让读者感同身受。这次沙画党史系列活动，之所以全程派记者跟踪采访，就是为了增强活动报道的现场感。每则报道，都从活动现场的一个场景切入，既有现场的描写、气氛的渲染，也有各方代表接受采访的话语，还有活动场景的真实再现。

3.3 要图文并茂，最好是配小视频

如今已经是读图时代，图片、小视频大行其道，大

块成片的文字很难调动受众阅读的兴趣。因此，在每个策划中，都在显眼的位置插入了小视频，并配上了与文字呼应的图片，增加了信息含量，提高了版面的美观度，达到了更好的宣传效果。媒体传播已经从平台强势走向了用户强势，用户的选择决定了媒体平台的发展方向。现代人在视频特别是短视频上停留的时间，已经远超在文字上停留的时间，从读文字时代，过渡到看图时代，再过渡到视频时代，从短视频到中长视频，未来视频语言很可能会成为社会交流的主流性语言。

3.4 篇幅要短小精悍

用户行为社交化、阅读时间碎片化，控制篇幅是保证受众阅读完成率、强化宣传效果的重要手段。内容的质量越高，受众的注意力就越集中，阅读的时间也就更长。一般来说，如果没有特殊情况，受众能在一篇文章上停留的时间也就是几十秒、十几秒甚至几秒钟。因此，要尽可能控制篇幅，把重要的信息放在重要的位置，或者加入适当的图片、音视频等元素。

4. 注重密度，始终把发挥媒体矩阵的强大推力，作为产生爆款新闻的催化剂

媒体矩阵，就是在不同的媒体渠道，建立触达用户的媒体内容，从而完成对用户触点的立体覆盖。媒体融合时代，优势媒体趋于平台化，优质传播趋于矩阵化。注重宣传的密度，发挥好媒体矩阵的强大推力，是策划爆款新闻的有效抓手。

一是充分发挥自有传统媒体矩阵作用。集团拥有 9 种期刊 24 个版本，读者面覆盖从学生到教师，从幼儿到老年，从党政领导到普通教育工作者，纸刊的读者数量达 500 万。为此，加强刊物之间的沟通协调，围绕一个宣传主题，根据不同的读者定位，采取适合的形式，进行有针对性地宣传。2020 年年初新冠疫情暴发后，集团充分利用自有传播矩阵，创造性地进行了全方位、多角度、不断档的宣传，引导全省教育系统特别是广大师生做好疫情防控工作，取得了良好的社会效益，被评为江西省抗疫贡献企业。[4]

二是要建立自己的新媒体传播矩阵。《江西教育》微信公众号通过一系列的策划，提升了影响力，粉丝量目前已经达 10 万。同时，在全省教育系统、全国教育期刊界率先开通学习强国号，上线后受到全省各地各高校的热情关注。加大视频号、抖音号等新媒体的打造。加强集团内部新媒体平台的沟通协调，形成宣传合力。加大刊网融合力度，如在 2021 年 7 月份《江西教育》（周刊・管理）的“沙画绘党史 童心永向党”专题中，全部插入了二维码，读者通过扫描二维码，可以观看活动现场视频，观看或下载相应的沙画党史视频，或者阅读电子书，从而给读者带来不同的阅读体验。

三是要充分利用好新华社、学习强国等大平台。借助新华社、学习强国等优势平台，将策划的优质内容，推向更多的读者，是一个很好的选择。集团融媒体中心推出的基层教育暖新闻，都及时协调新华社江西频道支持，推送后的效果都很好，阅读量 50 万 +、100 万 +。学习强国也开辟了“沙画绘党史”“学生安全温馨提醒”等专题。中国教育发布对江西选送的重大教育新闻宣传也予以首页推荐。

结语

总之，只有始终注重“四度”（高度、热度、新颖度、密度），坚持正确的宣传导向，生产有吸引力的内容，采取受众喜欢的形式，利用好媒体矩阵的推力，才能真正提高新闻作品的传播力，打造出有影响力的爆款新闻。媒

参考文献

[1] 江西教育传媒集团 . 江西教育传媒集团为读者提供更多更好的精神食粮 [N]. 人民日报，2020-09-06.

[2] 人民日报评论员 . 弘扬主旋律 传播正能量——五论学习贯彻习近平总书记 8・19 重要讲话精神 [N]. 人民日报，2013-08-28.

[3] 吴飞 . 喻国明 | 未来政治传播研究的三个可能的关键 [EB/OL].https://xw.qq.com/amphtml/20201105A00-PSN00,2020-11-05.

[4] 曾宪瑛 徐芳 . 江教传媒：在疫情防控战役中争先创优 [EB/OL].https://jx.sina.cn/news/2020-02-17/detail-iimxxstf2046926.d.html?from=wap,2020-02-17.

作者简介：曾宪瑛（1973-），男，江西万安，副编审，江西教育传媒集团融媒体中心主任，研究方向：教育新闻宣传。

（责任编辑：涂东敏）